

Analisis daya saing produk alas kaki Indonesia di pasar Amerika Serikat

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=71570&lokasi=lokal>

Abstrak

Produk alas kaki merupakan salah satu komoditi ekspor andalan Indonesia. Industri alas kaki terbukti memasukan devisa yang cukup besar kepada negara, di samping itu industri alas kaki juga menyerap tenaga kerja yang cukup besar (tahun 1998 lebih dari 380 ribu). Dalam beberapa tahun terakhir nilai ekspor alas kaki Indonesia mengalami penurunan, penurunan tersebut semakin tajam pada saat Indonesia dilanda krisis.

Salah satu penyebab merosotnya nilai ekspor produk alas kaki disebabkan karena semakin ketatnya persaingan di sektor ini, serta tingginya tingkat ketergantungan terhadap bahan baku dan bahan pendukung impor (70%).

Daya saing produk alas kaki Indonesia di pasar AS semakin menurun, akan tetapi pada saat yang bersamaan daya saing produk yang berasal dari negara pesaing semakin menguat, ini ditandai dengan nilai ekspor Indonesia menurun sedangkan nilai ekspor negara pesaing justru sebaliknya.

Agar kondisi ini (semakin melemahnya daya saing) tidak terus berlanjut, maka diperlukan suatu strategi dalam rangka meningkatkan keunggulan daya saing produk alas kaki tersebut khususnya untuk pasar AS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi kekuatan daya saing produk alas kaki Indonesia di pasar AS dan mencari solusi alternatif strategi yang akan diterapkan dalam upaya peningkatan daya saing. Keterkaitan antara kebijakan pemerintah, pelaku industri, organisasi non pemerintah, asosiasi dan sektor swasta lainnya adalah hal yang juga menjadi perhatian.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA), ternyata bahwa kekuatan daya saing produk alas kaki Indonesia semakin melemah, ini ditandai dengan nilai RCA yang semakin menurun.

Untuk menentukan alternatif strategi, digunakan teknik proses hirarki analitik yaitu permodelan dengan menggunakan skala prioritas. Dengan menggunakan metode ini diperoleh bahwa Faktor-faktor yang berpengaruh dalam upaya peningkatan daya saing produk alas kaki Indonesia adalah : Kondisi Faktor; Kondisi Permintaan; Industri terkait dan Pendukung; Strategi, Struktur dan Persaingan; Kebijakan Pemerintah; Kesempatan/Peluang.

Pelaku yang berpengaruh dalam upaya peningkatan daya saing adalah pemerintah, industri, industri pemasok, asosiasi, lembaga keuangan (perbankan), lembaga standar Amerika Serikat dan negara pesaing.

Terdapat tiga alternatif strategi dalam upaya peningkatan daya saing, prioritas pertama adalah penguasaan teknologi, alternatif ini dua kali lebih penting dari pada alternatif yang lain, yaitu penciptaan iklim usaha yang kondusif serta peningkatan pemakaian bahan baku dalam negeri.

Dewasa ini penguasaan teknologi adalah sesuatu yang mutlak diperlukan karena produk yang dihasilkan dengan teknologi akan lebih mampu bersaing.

Semua ini sangat bergantung pada komitmen dari semua pihak baik pemerintah, dunia industri dan pihak terkait lainnya untuk menyadari sepenuhnya, bahwa agar daya saing produk alas kaki tidak terus melemah, harus dicarikan alternatif strategi untuk dapat mengatasinya.